

Національний університет водного господарства та
природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

04.11.2021

06-13-29S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

SYLLABUS

Маркетинг сфери туризму та гостинності		Tourism and hospitality marketing	
Шифр за ОП	ЦПП 2.6	Code in Educational Program	
Освітній рівень: бакалаврський (перший)		Educational level: bachelor (first)	
Галузь знань Сфера обслуговування	24	Fields of knowledge Service sector	
Спеціальність Туризм	241	Speciality Tourism	
Освітня програма: Готельно-ресторанна справа		Educational Program: Hotel and Restaurant Affairs	

Силабус навчальної дисципліни Маркетинг сфери туризму та гостинності для здобувачів вищої освіти ступеня «бакалавр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Рівне. НУВГП. 2021. 14 стор.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/18124/>

Розробник силабусу: Коротун О.П., старший викладач кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 2 від “30” вересня 2021 року

Завідувач кафедри: Коротун С.І., к.геогр.н., доцент


Керівник (гарант) ОП: Конарівська О.Б., к.екон.н., доцент

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ агроекології та землеустрою
Протокол № 2 від “12” жовтня 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІАЗ: Прищепа А.М., д.с-г.н., професор

СЗ №-5796 в ЕДО.

© Коротун О.П., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*	
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Освітня програма	Готельно-ресторанна справа
Спеціальність	241 Готельно-ресторанна справа
Рік навчання, семестр	4-ий рік навчання, 1 семестр
Кількість кредитів	6
Лекції:	32 годин
Практичні заняття:	30 години
Індивідуальна робота	
Самостійна робота:	118 годин
Курсова робота:	ні
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	екзамен
Мова викладання	українська
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*	
ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА	
Лектор 	Коротун Ольга Петрівна, старший викладач кафедри маркетингу
Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5628-8301
Канали комунікації	o.p.korotun@nuwm.edu.ua https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація навчальної дисципліни,

Навчальна дисципліна "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є нормативною дисципліною для підготовки студентів спеціальності "Готельно-ресторанна справа" з галузі знань 24 "Сфера обслуговування" денної та заочної форм навчання, і викладається згідно з навчальним планом підготовки студентів за освітнім рівнем "бакалавр".

Метою дисципліни "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є формування сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі маркетингу туризму та індустрії гостинності, набуття практичних навичок щодо просування туристичного продукту на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємств туристичної індустрії. Закономірності розвитку маркетингу туристичної індустрії в ринкових умовах, система маркетингу туристичних та готельно-ресторанних підприємств.

Завданням дисципліни "Маркетинг сфери туризму та гостинності" є засвоєння теоретичних та організаційних основ маркетингу, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу.

У результаті вивчення дисципліни «Маркетинг сфери туризму та гостинності» студент повинен:

знати:

- методи маркетингового ціноутворення у туризмі та готельно-ресторанній справі;
- методи і нормативну основу реклами туристичних продуктів та готельно-ресторанних послуг;
- методи стимулювання продажу;
- методи пропаганди туристичних продуктів та готельно-ресторанних послуг;
- методи стимулювання збуту;
- процеси управління каналами розподілу.

вміти:

- коригувати обсяги, асортимент і ціни за одиницю послуг, які надаються, досліджуючи і прогнозуючи сезонні коливання, використовуючи методики визначення сезонних коливань, методи прогнозування та структуру витрат на одиницю послуг;
- організовувати підготовку, презентацію і поширення спеціалізованої інформації, використовуючи рекламні та PR технології;
- формувати попит і просувати туристичні продукти та готельно-ресторанні послуги на ринку за результатами маркетингових досліджень і рекламної діяльності;
- приймати рішення щодо каналів реалізації туристичного продукту на основі вивчення можливостей потенційних комерційних партнерів на засадах дотримання основ господарського і міжнародного права,
- вести документообіг і проводити ділові перемовини;
- стимулювати збут туристичних продуктів та готельно-ресторанних послуг, використовуючи методи і прийоми, стимулювання попиту і принципи мотивації збутової діяльності, нерекламні методи просування;
- здійснювати пошук перспективних партнерів зі збуту туристичного продукту, використовуючи основні форми продажу туристичного продукту, схеми просування продукту туроператора, методи і нормативні основи.

Програмний матеріал теоретичного курсу рекомендується вивчати в порядку, передбаченому методичними вказівками.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/>

Компетентності	
<p>СК 01. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності.</p> <p>СК 02. Здатність організовувати сервіснівиробничий процес з урахуванням вимог і потреб споживачів та забезпечувати його ефективність.</p> <p>СК 04. Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії.</p> <p>СК 07. Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів.</p> <p>СК 08 Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів</p> <p>СК 11. Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності;</p> <p>СК 12. Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес-ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p>	
Програмні результати навчання	
<p>РН 01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення законодавства, національних і міжнародних стандартів, що регламентують діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу;</p> <p>РН 02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії готельної та ресторанної справи, організації обслуговування споживачів та діяльності суб'єктів ринку готельних та ресторанних послуг, а також суміжних наук.</p> <p>РН 05. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>РН 08. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами готельних та ресторанних послуг</p> <p>РН 13. Визначати та формувати організаційну структуру підрозділів, координувати їх діяльність, визначати їх завдання та штатний розклад, вимоги до кваліфікації персоналу.</p> <p>РН 15. Розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.</p> <p>РН 19. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.</p> <p>РН 20. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.</p> <p>РН 21. Розуміти і реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності вільного демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>РН 22. Зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства на основі розуміння місця предметної області у загальній системі знань, використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя.</p>	

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	
<i>Лекцій – 32 год. Практ. 30 год. Самостійна робота – 118 год.</i>	
Методи та технології навчання	Лекції, презентації, обговорення, ситуаційні дослідження
Засоби навчання	Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення

ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ		
Тема		
Кількість годин, результати навчання, література	Опис дисципліни	
Тема 1. Поняття туристичного та готельного бізнесу.		
лекцій – 4 год. практ. – 2 год. ПР: 1,2,5,20,21 Література: [2,5,6,14,18,20,21]	<p>Трактування поняття «туризм», його економічний зміст. Туристичний бізнес та туристична індустрія. Формування туристичних потреб. Виробництво туристичних послуг. Формування та реалізація туристичного продукту. Споживання туристичного продукту.</p> <p>Роль туристичної галузі в національній економіці. Економічні функції туризму. Прибуткова функція, ефект мультиплікатора. Експортно-імпортна функція: активний та пасивний туризм, туристичний баланс, негативне та позитивне сальдо. Забезпечення зайнятості населення: прямий та опосередкований ефект. Сприяння розвитку економічної інфраструктури. Вирівнювання регіонального розвитку. Основні показники економічного ефекту туріндустрії. Система економічних показників розвитку.</p> <p>Основні категорії та види туризму: внутрішній та в'їзний туризм, туризм у межах країни, національний, міжнародний. Міжнародна класифікація видів та форм туризму: цілі подорожей, ступінь організованості, спосіб пересування на маршруті, склад учасників, тривалість перебування.</p> <p>Взаємозв'язки туризму у соціально-економічній системі. Фактори зростання активного та пасивного туризму, туристичної галузі в цілому, туристичні ресурси. Рекреаційні фактори.</p> <p>Державне регулювання розвитку: функції, методи, кошти, органи. Законодавча база туристичного бізнесу. Міжнародні та національні правові акти. Урядові програми підтримки туризму в Україні.</p> <p>Міжнародне співробітництво у галузі туризму. Міжнародні та національні туристичні організації та їх роль в управлінні маркетингом туристичних послуг. Організація системи ООН, неурядові, міжнародні комерційні, національні та регіональні організації.</p>	
Тема 2. Структура туристичного ринку. Сутність та особливості туристичного та готельно-ресторанного маркетингу.		
лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 1,2,15,20,21 Література: [3,5,9,18,20,21,31,33]	<p>Поняття «туристичного ринку», елементи його структури. Компоненти пропозиції. Підходи до класифікації туріндустрії. Субринки: диференціація товарних ринків. Ринок транспортних послуг, типових турпослуг, страхування та інформаційних послуг. Характер конкуренції на туристичному ринку.</p> <p>Компоненти попиту. Ринкові сегменти: диференціація споживчого попиту. Демографічні, соціально-економічні, мотиваційно-психологічні сегменти.</p> <p>Туроператорська діяльність. Туроператори: функції, типи. Турагентська діяльність. Функції турагентів.</p> <p>Поняття турпродукту, його структура. Тур, пекідж-тур</p>	

	<p>ексклюзив-тур, товари туристичного призначення. Показники турпродукту як послуги. Відмінні риси турпродукту. Особливості попиту на послуги туризму та гостинності.</p> <p>Особливості комплексу маркетингу послуг. Сутність туристичного маркетингу, його специфіка. Основні функції туристичного маркетингу ВТО: встановлення контактів, розвиток, контроль. Управління маркетингом у туризмі. Концепції туристичної дестинації. Поняття «туристичної дестинації». Ознаки дестинації. Життєвий цикл дестинації. Маркетинг дестинації.</p> <p>Інституційний маркетинг у туризмі та готельному бізнесі. Рівні управління маркетингом у туризмі: поділ функцій та взаємозв'язок.</p>
Тема 3. Маркетингова інформаційна система та маркетингових досліджень на туристичному та готельно-ресторанному ринках.	
<p>лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 1,2,8,15,20,21 Література: [4,6,9,15,20,21,26,33]</p>	<p>Маркетингова інформаційна система туристичного підприємства: сутність, призначення, структура. Внутрішня інформація: джерела, збирання та систематизація. Інформація про клієнта. Зовнішня інформація: джерела, особливості отримання та обробки. Зовнішні джерела маркетингової інформації: загальні та профільні. Синдикативна інформація.</p> <p>Методологічні засади маркетингових досліджень: сутність, види, методи. Процес маркетингового дослідження. Кабінетні та польові дослідження.</p> <p>Цілі, напрями та об'єкти досліджень у сфері туризму. Дослідження маркетингового середовища туристичного підприємства: зовнішнє та внутрішнє середовище, маркетингові можливості підприємства. Дослідження туристичного ринку: оцінка кон'юктури, визначення ємності та частки ринку. Дослідження конкурентів. Дослідження споживачів туристичних послуг: мотиви, чинники, процес ухвалення рішення про купівлю, відносини, особливості поведінки.</p>
Тема 4. Маркетинг – орієнтоване планування в туризмі та гостинності	
<p>лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 1,2,15,19,20,21 Література: [3,5,9,20,21,24,29]</p>	<p>Маркетинг – орієнтоване стратегічне планування: сутність та значення. Процес стратегічного планування, його етапи. Цілі та завдання маркетингу турфірми. Стратегічні цілі туристичних підприємств. Маркетингові стратегії туристичних підприємств. Можливі стратегії зростання. Плани та програми маркетингу.</p> <p>Аналіз збутових територій. Світовий, регіональний та національні ринки туризму. Прогнози розвитку. Вплив макросередовища: довготривалі та кон'юнктурні тенденції. Умови привабливості збутової території.</p> <p>Сегментація туристичного попиту. Поняття "ринкового сегменту". Основні напрями сегментації. Географічні критерії: визначення просторових меж діяльності, вплив на стереотипи поведінки. Демографічні та соціально-економічні критерії. «Вікові сегменти ринку» та їх пріоритети під час виборів турпослуг. Мотиваційно-психографічні</p>

	<p>критерії: мотиви (мети подорожей), стилі життя, цінності, типи особистості. Поведінкові критерії: переваги за видами транспорту, стереотипи поведінки, інтенсивність споживання, ступінь лояльності. Оцінки ВТО: перспективні сегменти.</p> <p>Умови привабливості ринкового сегменту. Стратегії охоплення та вибір цільового туристичного ринку. Позиціювання турпродукту на цільовому ринку: підходи, стратегії, атрибути.</p> <p>Поточне планування маркетингової діяльності туристичного підприємства: основні аспекти та послідовність дій. Планування основних техніко-економічних показників діяльності турфірми Рекомендацій щодо збільшення товарообігу та підвищення ефективності діяльності туристичного підприємства.</p>
Тема 5. Товарна політика у сфері туризму та гостинності	
<p>лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 15,19,20,21 Література: [2,3,5,14,16,20,21]</p>	<p>Товарна політика у сфері туризму та гостинності. П'ять рівнів розвитку турпродукту. Процес створення нового турпродукту. Поняття «туру». Тур як основний турпродукт та його компоненти.</p> <p>Вибір та розробка маршрутів. Основні характеристики маршруту. Відвідувані пункти, засоби пересування, тривалість. Основні вимоги до складання маршруту. Формування пакету послуг. Базові моделі комплексного обслуговування: повні та скорочені. Поняття «туродень». Тенденції у зміні структури пекідж-турів та фактори, що їх зумовлюють.</p> <p>Основні напрямки стандартизації турпродукту. Форми обслуговування: індивідуальні та групові тури. Види туризму (мети подорожей) та практика обслуговування.</p> <p>Класи обслуговування. Категорія засобів розміщення як основа класифікації комплексного обслуговування: методика ВТО, системи корон, літер, 9-ти категорій, п'яти зірок. Детермінанти якості обслуговування. Набір послуг. Пакет ресторанних послуг як основа класифікації. Основні категорії обслуговування: пансіон, напівпансіон, «ніч і сніданок», «тільки нічліг». Реалізація додаткових послуг: умови та перспективи.</p> <p>Методика формування турів. Формування турів за заявками: каталожні (advertized tour) та замовні (tailored tour) тури. Альтернативні пропозиції Самостійне формування турів: короткострокові тури, "фікстури", "блок-тури". Інформаційне супроводження як елемент продуктової політики. Система інформаційного обслуговування клієнтів: призначення, інформація та носії.</p> <p>Аналіз річного розподілу потоків міжнародних туристів. Підходи до сезонної адаптації турпродукту.</p>
Тема 6. Розподіл у сфері туризму та гостинності. Взаємини з партнерами	
	<p>Основні канали розподілу турпродукту та його характеристики: електронна комерція, організація власної збутової мережі, залучення незалежних партнерів, використання нетрадиційних каналів. Нетрадиційні</p>

<p>лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 1,2,5,13,20,21 Література: [2,3,5,6,9,25,27,29]</p>	<p>структури збуту: учасники та переваги. Функції каналів збуту. Критерії оцінки каналів збуту. Інтеграція каналів. Оптові та роздрібні посередники при збуті турпродукту. Агентська угода як форма співробітництва між туроператором та турагентами. Основні умови угоди. Функції туроператорів як посередників. Взаємини з партнерами. Угода як юридична основа співробітництва. Процес укладання угоди. Одержання пропозиції. Розгляд та узгодження умов (істотних та звичайних). Правові форми правочинів.</p> <p>Основні рішення щодо формування системи розподілу. Внутрішня та зовнішня збутова мережа. Вивчення потенційних партнерів. Об'єктивні та суб'єктивні джерела інформації. Правоздатність, кредитоспроможність, дієздатність та функціональні характеристики як критерії вибору партнера. Спеціалізація та територіальне розміщення. Способи підтримки та стимулювання діяльності партнерів зі збуту.</p>
<p>Тема 7. Просування продукту та послуг у сфері туризму та гостинності</p>	
<p>лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР: 2,8,13,20,21 Література: [2,3,5,6,9,18,22,25]</p>	<p>Специфіка маркетингової комунікації на туристичному ринку: цілі, напрями, методи просування. Планування маркетингової комунікації для підприємств галузі туризму. Інтегровані рекламні комунікації.</p> <p>Розподіл та координація зусиль щодо просування у туризмі між рівнями управління. Функції державних органів, громадських організацій та підприємницьких структур. Організація просування турпродукту на зарубіжних ринках: досвід різних країн.</p> <p>Вертикальне та горизонтальне спільне просування.</p> <p>Організація реклами турпродукту. Цілі, детермінанти. Формування рекламного бюджету та фінансування витрат. Загальні закономірності розподілу рекламного бюджету за функціями, територіями та ринками, видами послуг, періодами продажу турів. Адаптація рекламної активності до сезонності попиту. Типові засоби реклами турпродукту: показники, ситуації використання.</p> <p>Стимулювання продажів туристичних та готельних послуг: завдання, об'єкти. Способи стимулювання потенційних клієнтів. Способи стимулювання роздрібних агенцій. Управління стимулювання продажів.</p> <p>Зв'язки з громадськістю у туристичному бізнесі: цілі та завдання, основні засоби та заходи. Рішення у сфері PR. Використання інструментів прямого маркетингу у туризмі: цілі, кошти. Планування прямого маркетингу.</p> <p>Формування іміджу та фірмового стилю туристичного підприємства: цілі, елементи та носії.</p>
<p>Тема 8. Організація та контроль надання туристичних, готельних та ресторанних послуг</p>	
	<p>Необхідність організації та контролю за виконанням туристичних послуг. Основні етапи роботи.</p> <p>Вибір українських постачальників турпослуг: джерела отримання інформації, критерії вибору.</p>

лекцій – 4 год. практ. – 4 год. ПР:15,19, 20,21 Література: [2,4,5,6,9,16,25]	Кодекс відносин між готелями та турагенствами у міжнародному туризмі. Варіанти договорів на готельні послуги. Встановлення порядку отримання інформації від партнерів зі збуту: обсяги інформації, терміни передачі. Надсилання інформації постачальникам послуг. Підготовка диспетчерської та туристичної програм. Підготовка гідів та перекладачів: вимоги до кваліфікації. Перевірка готовності постачальників послуг до прийому туристів. Способи контролю за дотриманням постачальниками умов обслуговування. Форми компенсації завданих туристам збитків. Організація супроводу туристів. Внесення змін до програми та маршруту. Оцінка ступеня задоволеності клієнтів: методи, цілі, рекомендації.
-------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

ЗК 01. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, вести здоровий спосіб життя.

ЗК 02. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо, реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 03. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 04. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 05. Здатність працювати в команді.

ЗК 06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 07. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 10. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Форми та методи навчання

Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

– лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті;

– проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;

– задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в

підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

- 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
- 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література
Основна

1. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2018. - 351 с. - (Вища освіта XXI ст.).
2. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2019. – 336 с.
3. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
4. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : колект. монографія / L. Yancheva, N. Savytska, N. Ushakova, T. Shtal, A. Borysova; ред.: Н. Л. Савицька; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. - 174 с. - Бібліогр. в кінці ст. - укр. - англ.
5. Мезомаркетинг у сфері туризму : монографія / Н. В. Онищук; ред.: Т. Д. Фатєєва ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2017. - 300 с.
6. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / [Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б.П., Панченко, Ю.В., Федотова Н.В.]; за ред. О.Є.Лугініна. - К.: Видавництво Ліра-К, 2016 - 364 с.
7. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник / П. Р.Пуцентейло. - Київ : Центр учбової літератури, 2007. - 344с.
8. Регіональна маркетингова політика у галузі туризму : монографія / М. М. Біль, С. В. Васильчак, О. М. Вітер, Л. І. Гальків, С. С. Гринкевич; Львів. ін-т економіки і туризму. - Львів : Растр-7, 2017. - 233 с
9. Розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму: теорія, методологія, практика : монографія / В. Ф. Яровий. - Херсон : Айлант, 2017. - 361 с.

Допоміжна

10. Барна М. Ю., Мельник І. М. Нормативно-правові засади функціонування засобів розміщення в Україні. *Практика і перспективи розвитку індустрії гостинності України* : монографія / за заг. редакцією д. е. н., професора Б. М. Мізюка. Львів : ЛТЕУ, 2019. С. 153-169.
11. Гросул В. А., Іванова Т. П. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. № 1. С. 143-149.
12. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 272 с.
13. Конарівська О. Б., Коротун О. П. Теоретико-методичні підходи до вивчення поняття "ринок туристичних послуг" в Україні. *Вісник НУВГП. Економіка*. Рівне, 2016. Вип. 2 (74), С.94-101.
14. Коротун О. П. Критерії оцінювання якості туризму України. *Вісник НУВГП. Економічні науки*. Рівне : НУВГП. 2020. Вип. 4 (92), С. 96-111.
15. Коротун О. П. Оцінювання стратегічних орієнтирів розвитку туристичної галузі країни в період економічної нестабільності. *Інтелект XXI*. 2020. № 6. С. 51–57.
16. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов: пер. с англ. / под ред. Р. Б. Ноздревой. Москва : ЮНИТИ-ДАНА. 2012. 1071 с.
17. Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 304 с.
18. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. О. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. Київ : ЦУЛ, 2014. 544 с.
19. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посібник. Київ, 2007. 424 с.
20. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : 2008. 661 с.
21. Мальська М. П., Рутинський М. Й., Білоус С. В., Мандюк Н. Л. Економіка туризму : теорія та практика : підручник. Київ, 2014. 544 с. URL : <https://www.twirpx.com/file/1377734/>.
22. Матвійчук Л. Ю., Тищук І. О. Сільський зелений туризм як фактор розвитку регіону : монографія / за наук. ред. проф. Л. Ю. Матвійчук. Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2017. 388 с.
23. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо діяльності колективних засобів розміщування : затв. Наказом Державної служби

статистики України 01.02.2019 р. № 43. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2019/43/mp_kzr.pdf.

24. Методологічні положення зі статистики туризму : затв. Наказом Державного комітету статистики України від 23.12.2011 р. № 372 (зі змінами, внесеними наказом Державної служби статистики України 30.01.2019 р. № 39). URL : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2019/39/mp_turizm.pdf.

25. Методологічні положення зі статистики туризму : затв. Наказом Державного комітету статистики України від 23.12.2011 № 372 URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

26. Методологія та практика сталого розвитку туризму : монографія / Черниш І. В., Сафонов Ю. М., Сухомлин Л. Є. та ін. ; за заг. ред. І. В. Черниш. Полтава : Астрія, 2018. 230 с.

27. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1 (6). С. 15-20. URL : http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/5.pdf.

28. Пандемія COVID-19 і її наслідки у сфері туризму в Україні : оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

29. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16 березня 2017 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>.

30. Рекреаційно-туристичний комплекс Західного Полісся. *Меліорація та облаштування Українського Полісся* : монографія / за ред. Я. М. Гадзала, В. А. Стащука, А. М. Рокочинського. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. Т. 2. С.747-776.

31. Скорина Т. М., Коротун С. І., Конарівська О. Б., Коротун О. П. Міжнародна конкурентоспроможність готельних підприємств на ринку України : монографія. Рівне : вид. О.Зень, 2019. 170 с.

32. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point : URL : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf.

33. Travel Tourism Competitiveness Report 2013, 2017, 2019. URL : http://edclub.com.ua/sites/default/files/files/tourism_3.pdf.

Інформаційні ресурси

34. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua/>

35. Законодавство України . URL : <http://rada.gov.ua/>

36. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

37. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

38. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, пл. Короленка, 6). URL : <http://libr.rv.ua/>

39. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне)). URL : <https://www.facebook.com/cbs.rivne/>

40. Цифровий репозиторій Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. URL : <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/568>

41. Наукова бібліотека НУБГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL : http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php

Методичне забезпечення

42. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>

43. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.

44. Пакети тестових завдань з кожної теми та всілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність

плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно: <http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdzili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694>

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/> та на сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: <http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf>.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими [Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП](#):

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naqa.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdzili/vyo/dokumenty>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Оновлення

Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у сфері туризму. Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Академічна мобільність. Інтернаціоналізація

Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle.

Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет:

ProQuest <https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html>

Лектор

Коротун О.П., старший викладач